TOPに聞く！ 頭取の企業訪問

FFGのお取引先企業をご紹介します。

一番食品 株式会社

代表取締役社長 **有吉 崇**氏

取引店　福岡銀行　飯塚支店

マルソー産業 株式会社

代表取締役 **三浦 政景**氏

取引店　福岡銀行　門司駅前支店

株式会社 再春館製薬所

代表取締役社長 **西川 正明**氏

取引店　熊本ファミリー銀行　本店営業部
福岡銀行　熊本営業部

株式会社 鷹取製作所

代表取締役会長 **藤山 昭一**氏

取引店　親和銀行　久留米支店

一番食品 株式会社

代表取締役社長

有吉 崇氏

■創　　業：1959年11月　　■設　　立：1962年１月
■所 在 地：福岡県飯塚市　　■資 本 金：8,400万円
■従 業 員：705名
■事業内容：①スープ・たれ類・調味料・レトルト食品・缶詰・惣菜・健康食品・菓子・清涼飲料等の食品製造販売
②食品に関する技術サービスや情報サービスを柱とした「食」の複合テクニカルサービス業
■事業拠点：福岡県飯塚市(本社・工場・営業所・アンテナショップ・日本料理店)、茨城県小美玉市(工場)、東京、大阪、名古屋、仙台、札幌(営業所)

未利用資源の有効活用からのスタート

―当社は、私の父で元会長の有吉正臣が、1959年(昭和34年)に福岡県飯塚市にて創業した徳一食品研究所を前身としています。

父は当時、学生時代の友人が経営する水産加工工場で、魚の大部分が未利用のまま廃棄処分されていたことに衝撃を受け、これら未利用資源の有効活用方法について研究を重ねました。その結果、魚の頭部や内臓等から天然の調味料エキスであるイノシン酸を抽出することに成功。「イノシックス(商品名)」として徳一食品研究所より商品化されました。

既に58年(昭和33年)には、インスタントラーメンが市場に登場していたこともあって、商品化して間もなくイノシックスを使ったラーメン用スープの開発・製造にも取り組みました。

ただし、当時は麺用のスープは自宅で手作りしている時代で、スープそのものへの認識も乏しく、どのようにしたら、スープの販売に繋がるのかとずいぶん苦労をしたようです。それには主役の麺とセットで販売することで、消費者の利便性向上への提案に繋がるとともに、麺業界へも大きく貢献しました。それを裏付けるのが、当時の価格でも破格の「10円ラーメン」を自社ブランドで販売し、その実績を持って麺業界への販売ソフトの提案を全国で行いました。この考え方は、麺業界だけにとどまらず、それぞれの業界の素材を活かす様々な調味料として、あらゆる食品業界へと繋がっていきました。

62年(昭和37年)１月、更なるビジネスモデルとしての構築を図るべく一番食品有限会社を設立しました。飯塚市内に本社及び工場を新設したほか、大阪や東京など全国各地への営業所の開設などを経て、現在に至っています。

共存共栄の思想から「研究開発型企業」へ

―当社のもう一つの特徴として、「食」の複合テクニカルサービス業という顔があります。そのきっかけとも言えるのが、昭和30年代に開発した包装麺用フィルム「ファーストロン(商品名)」です。麺業界が伸びなければスープ企業である当社も伸びないという共存共栄の思想に基づき、食材だけでなく包材等の開発にも取り組みました。価格面や耐熱・耐油・耐圧性等に優れたファーストロンは、麺業界に広く受け入れて頂けるようになりました。

これまで当社は、多くのお客様と出会い、新しい商品を送り出してきました。創業以来培ってきたノウハウはもちろんのこと、年間約7,000件にも上る豊富な開発実績は、研究開発部において全てデータベース化しており、効果的な活用が可能であると同時に、当社が得意とする多品種少量生産にも非常に役立っています。現在、コンビニエンスストアや外食産業をはじめ様々な食品業界へ業務用調味料の供給を行っており、8,500種類もの商品アイテムを送り出しています。それを可能にする為に研究開発部では約50名の開発スタッフが、市場のニーズを的確に捉え、お客様への提案を営業と共にしっかりと行っています。

更に、お客様のどのようなご要望に対しても、社員一人ひとりの幅広い知識や経験に基づき、生産技術、原料や包材等の各種ノウハウに関する部分まで総合的にご提案させて頂いております。当社のきめ細やかなカウンセリングによる提案型営業は、非常に多くのお客様からの信頼を頂戴しております。

健康な食生活への貢献を目指す

―当社は、経営理念を「医食同源・薬食同源で健康な食生活に貢献する。」と定めています。四季折々の素材の持ち味を活かして「おいしく」「安い」しかも「安心・安全」、そして全国各地の地域の嗜好にマッチした味づくりを通じ心身の健康を図り、楽しく心豊かな食文化の向上、ひいては生活文化の向上に寄与したいとの想いを込めております。

この経営理念の実現に向けて、当社では社員が自らの足で歩き、

自らの舌で味わった「生きた」味の情報を「味の分布図」として残すことで、郷土や地方毎に微妙に異なる嗜好を視覚的にも確認出来るようにしていることに加え、九州大学等の大学や公的機関との産学官共同研究等を通じて独自技術の開発にも注力しており、新商品の開発に役立てています。

また、安心・安全な食の実現に向けて、約10年もの歳月を費やして独自開発したのが「アセプティック(無菌)充填システム」です。

このシステムは、内容物に含まれる微生物を特別な処理を施して無菌化した後、「NASA規格クラス100」と呼ばれる半導体工場や手術室よりも更にレベルの高いクリーンな環境のもと、無菌フィルムを使用した特別な包材に充填します。充填後の加熱殺菌処理が不要な為、素材の味を壊すことなく「出来立ての味」と「風味」を長期間キープすることが可能となっています。

特に、小袋タイプで完全無菌対応したのは、当社が初めてであることから、食の安全や信頼が問われる昨今、非常に付加価値の高い商品としてご好評頂いています。

おいしさづくりの確かなブレーンとして

―今後も引き続き、お客様のニーズを十分に把握することを徹底し、より一層ご満足頂ける商品やサービスのご提供を行っていきたいと考えております。

現在、東京と大阪に設置しているテストキッチンを最大限活用することで、お客様の生の声を活かした商品づくりに反映させるとともに、大都市の拠点として市場動向や商品動向といった「情報」のキャッチアップ機能を更に高め、業界の中で先んじてニーズに合った商品のご提案が出来るような機動力を持たせたいと考えております。

また、国内はもちろんのこと、アジアを中心とする海外にも商品供給や技術供与等を実践していくことで、グローバル化への対応を強化しつつ、より付加価値の高い商品を供給出来るよう、生産技術の高度化に向けた技術開発を行っていく予定です。

様々な食のシーンに安心のおいしさをお届けしていけるよう、社員一同頑張って参ります。

福岡銀行
取締役頭取　**谷 正明**

御社は、未利用資源を有効活用したいとの想いからスタートされ、現在では、生産技術や各種ノウハウ、食材そして包装資材等に関する部分までの総合的な提案を行う研究開発型企業として、多くのお客様から厚い信頼を得ていらっしゃいます。これも御社が、安全で安心な食の実現に向けて、味づくりに取り組まれてこられた賜物ではないでしょうか。今後も、お客様の声を活かした新たな商品作りにより、益々ご発展されることを祈念致します。

本社クリエイティブセンター外観

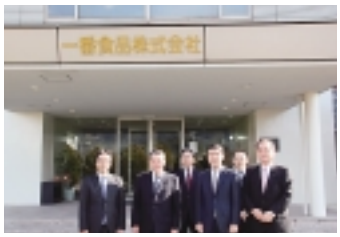
研究開発部の説明

充填ライン

無菌充填製法による和風つゆ「きわみ」等の当社商品

アセプティックオペレーター

レトルト工場で製造された商品の説明



前列左から有吉社長、谷頭取、澤田専務、有岡支店長、後列左から福間取締役、宮房取締役

TOPに聞く!

マルソー産業 株式会社

代表取締役

三浦 政景氏

■創　　業：1975年12月　　■設　　立：1975年12月
■所 在 地：北九州市門司区　　■資 本 金：5,000万円
■従 業 員：50名
■事業内容：プラスチック製ハンガー・クリップの製造販売
■事業拠点：北九州市門司区（本社・工場）、米国（現地法人）

プラスチック製品製造から クリーニング業界へ参入

―当社は1975年（昭和50年）、私の父で現相談役の三浦捷三（しょうぞう）が、それまで勤務していたプラスチック用の金型製造会社を独立して創業したのが始まりです。

創業当初は、なかなか軌道に乗らなかったようですが、伯父が東京でクリーニング関連資材の商社を営んでいたことがヒントとなって、クリーニング業界に参入しました。

当時は、クリーニング用のハンガーと言えば、針金のハンガーが主流であり、特に女性のスカートのクリーニングでは、安全ピンや金属製の爪、糸等を使って針金ハンガーに留めていたことから、生地が傷みやすいだけでなく、留める手間も面倒でした。

父はここに着目し、プラスチックでクリップを作って「挟む」ことを考案。幾つかの試作品を経たのち、プラスチックの弾力を利用して生地を挟むスカートクリップ「リングクリップ（商品名）」が完成しました。ところが、針金ハンガーよりコスト面で割高になることから導入する店舗も少なく、一軒一軒店舗を訪問して機能性やメリットの説明を行う日々が続きました。訪問を重ね、ようやく一店舗導入して頂けると、それからはお客様の口コミで評判が広まっていくようになり、周辺のクリーニング店からも導入したいとの声が相次ぐようになりました。

スカート用クリップに続き、80年（昭和55年）にはプラスチック製ハンガーを開発。針金ハンガーと異なり、プラスチックは肩の部分の厚みを増やす等の加工も容易です。設計面での自由度も高く、更に錆びに強い等のプラスチックのメリットも注目され、こちらも瞬く間に受注が増加していきました。

おかげさまで現在では、全国での当社のスカート用クリップのシェアは約８割、プラスチック製ハンガーは約５割となっています。

「ものづくり」へのこだわり

―当社では、「ものづくり」へのこだわりとして、「品質」・「効率」・「強力なパートナー企業との連携」を掲げています。

まず「品質」については、製品の強度が必要な部位ごとにテストを実施し、合格したものだけを出荷しているほか、溶剤を使用して洗うというクリーニングの特性上、ハンガーの色素が衣服に移らないような原料を使用することで高い品質管理に努めています。

次に「効率」については、自社工場内に24時間、年間340日以上の稼動を可能にした当社仕様の自動化生産ラインを備えており、射出（しゅつ）成形から箱詰め、搬送用パレットへの積み込みまで自動で行うなど省力化を実現しています。現在では、１日に約70万個の製品を製造することが可能です。

また、設備・金型の保守メンテナンスについても、極力外注に出すことなく自社内で対応出来る体制も整えており、効率良く且つ柔軟なものづくりを追求しています。

「強力なパートナー企業との連携」については、当社の事業の特徴を理解してくれた上で、アイデアの提供や要望に応えてくれる原材料メーカー、包装メーカー、機械メーカーとの協働を通じて品質、コスト競争力、生産能力の向上を目指しています。

在庫が信用を創出する

―お客様に満足して頂けるよう、当社では商品の安定供給にも注力しています。もし、当社が欠品をしてしまうと、納入先であるクリーニング店の仕事がストップする為、結果的にその先にいらっしゃるお客様にも大変なご迷惑をお掛けしてしまいます。また、クリーニング業界は、春と秋の衣替えの時期に需要がピークとなり、閑散期の２～３倍の需要が発生する等、季節による需要の変動が大きいことが特徴です。

当社は、そのような需要の変動にも即座に対応出来るよう、約６万ケースの保管が可能な自社物流倉庫に常時潤沢な在庫を保有しており、翌日から中二日で出荷指定先へ小ロットで直送出来る体制を

敷いています。その為、お取引先からも厚い信頼を頂いています。

環境問題への対策

ー消費者の環境に対する意識が高まっている中、当社も環境対策に取り組んでいます。当社は、全国440社のクリーニング材料販売業者等と共に、環境省より「広域認定制度」の認証を取得し、2001年(平成13年)から、自社製品の回収や再製品化に着手しています。具体的には、ハンガーの回収及びリユース(再使用)を促進させる為の企画や活動等を通じ、針金ハンガーから再利用可能なプラスチック製ハンガーへの切り替えを進めています。

お客様や社会に貢献出来る企業を目指して

ー当社は、00年(平成12年)に米国のロサンゼルスに現地法人を設立して海外進出を果たしました。設立11年目を迎えた今年は、米国での生産体制を確立すべく、自社社屋を購入して一部現地生産を開始しています。更に来年には、現地にて企画開発したコア商品の販売を計画しており、現在約120万ドル程度の売上を3年後には300万ドルまで伸ばすことを目標としています。まだまだ米国で主流となっている針金ハンガーを、プラスチック製ハンガーに切り替えていくことで、米国市場での売上が増えていく余地は大きいと考えます。

また、中国のクリーニング市場が急成長していることから、中国市場向けにも当社商品の販売を開始し、現地での生産も含めた事業展開についても検討していく予定です。

国内についても、クリーニング業界全体で物流や生産体制の見直しを図るべく、競合他社と相互でのOEM生産等も視野に入れた、より効率的な生産・物流体制の改善も提案していくことで、消費者への付加価値を高める取り組みに直接・間接的に貢献したいと考えています。

今後も、当社は国内外で商品やサービスの開発を通じて、お客様や社会に貢献出来る企業となれるよう、全社員一丸となって頑張って参ります。

福岡銀行
取締役頭取　**谷 正明**

針金ハンガーが主流だったクリーニング業界に、設計や加工の自由度が高いプラスチック製のハンガー・クリップで参入され、現在では高いシェアを確保されておられます。これも、ユーザーであるクリーニング店や一般消費者の目線で、使いやすい商品の開発を意識してこられたことに加え、商品の安定供給にも注力されてこられた結果ではないでしょうか。

今後も、新商品の開発や環境対策等に取り組まれることで、商品の付加価値を高められ、国内外はもとよりお客様や社会に貢献される企業となられることを期待致します。

新製品「シンプルリード・プロ」(左)と当社最初のプラスチック製品「リングクリップ」(右)

射出成形直後のハンガー

射出成形用型枠の説明

プラスチックハンガー原料の説明

梱包を待つハンガー

左から中村支店長、三浦社長、谷頭取

株式会社 再春館製薬所

代表取締役社長

西川 正明氏

■創　　業：1932年　　■設　　立：1959年９月
■所 在 地：熊本県上益城郡益城町　　■資 本 金：１億円
■従 業 員：1,000名
■事業内容：化粧品、医薬品、医薬部外品の製造・販売
■事業拠点：熊本県上益城郡（本社、工場、コールセンター）、東京都港区（事務所）

シワ・シミひとすじの基礎化粧品「ドモホルンリンクル」を全国展開

―当社は、創業1932年（昭和７年）、漢方処方の医薬品や化粧品等の製造及び販売を行う製薬会社です。自然の力を人間の力に活用することによって、誰にでも訪れる老化による悩みや苦しみを和らげ、生き生きと年齢を重ねることを応援していきたい。漢方に由来するこの考えのもと、神経痛やリウマチによる痛みを取り除く「痛散湯」や、年齢肌の為の基礎化粧品「ドモホルンリンクル」を通信販売のみで全国の皆様とお付き合いをさせて頂いております。

コミュニケーションの核となるダイレクトテレマーケティング

―82年（昭和57年）、現会長である西川通子が事業を引き継いで以降、今日の経営の基礎作りが始まりました。そのひとつが、電話でのコミュニケーションを通じお客様から注文を承る「ダイレクトテレマーケティング・システム」です。それまで通信販売と言えば、はがきが主流でしたが、当社は業界でいち早く電話による注文方法に着目しました。そのおかげで売上は順調に伸び、企業規模を拡大することが出来ました。しかし、90年代始め、売上の拡大を急ぐあまり、お客様の意に沿わない販売方法がもとで、返品が大量発生する事態となりました。「たくさんのお客様から頂くご不満のお声は、販売方法によるものばかり、商いの姿勢を正していけばお客様は支持して頂ける…。」思い悩んだ末、生命線であるテレマーケティングによるセールスを３ヵ月間停止し、当時会員となって頂いていたお客様全員にお詫びの手紙をお送りすると共に、その間営業のあり方を徹底させるべく、オペレーターに様々な研修を再度受講させました。その後、お客様の視点で商品やサービスの改善を図る「お客様満足室」を開設し、オペレーターもお客様の「ご相談相手」となることを目指した新たなテレマーケティング・システムを立ち上げ、サービスの原点を見つめ直しました。それ以降、それまでのようなお客様からのクレームは殆ど無くなり、業績も順調に推移しています。

品質へのこだわりとお客様とのコミュニケーション強化で満足度を高める

―2004年（平成16年）、西川通子は会長に、私は社長に就任しました。私は、会長が信条として来た「お客様満足こそが商いの本道」の考えを継承し、常日頃から品質に対するこだわり、そしてお客様とのコミュニケーション強化に全力で取り組んで参りました。

当社の看板商品である「ドモホルンリンクル」には天然由来の成分約150種類が配合されています。品質へのこだわりの一例として、ひとつのブランドではありますが、３～４年に一度、原料から容器等リニューアルを行い、磨きあげた商品づくりを目指しております。

担当の社員は肌に良い原料があると聞くと世界各地の産地に出向いて、直接目や手で確かめています。近年ではリニューアルという期間を待つのではなく、それが良いものであるとわかれば、すぐに商品に反映させていくことも積極的に行っております。

お客様とのコミュニケーションにおいては、担当のオペレーターを「お客様プリーザー」と呼称を改めて意識、働き方の改革を推進しています。プリーザーとは英語のPLEASE（喜んで頂く）からの造語です。お客様プリーザーは、単に注文の受付だけでなく、商品やスキンケアに留まらない様々な相談に対応出来る、まさに当社の顔に成長しています。お客様から寄せられたご意見については、「認識一致」という社内の合言葉のもと情報を共有し、商品やサービスの改善に役立てています。実際に、視力の弱いお客様から「基礎化粧品を使用する順番の数字が読みづらい」とのご意見を頂いた際に、お客様プリーザーは手作りの大きな数字のラベルを商品に貼り付け見やすくしました。お客様の喜ばれる姿を思い描いて、自分自身で考えて、行動を起こすこと。社員のやりがいにも繋がってきています。

「大きな個人商店」として家族のような心のこもった商いを

―私たちにとって、お客様満足を追求し続けるために目指す姿として「大きな個人商店」というものがあります。お客様のご意見、ご要望にただ企業としてお応えする

のではなく、日頃から一人の人としてお客様とお付き合いが出来る。まるで個人商店のようにお客様の背景を深く理解した上で、心の通ったお付き合いを社員一人の力ではなく組織の力を合わせてお応えしていきたいと考えております。

また、「喜ばれることが、喜びです」の言葉で表すように、お客様のお喜びになる姿が、私たちの喜びとして感じられ、末永くお付き合いをしていきたい。また、そう感じることが出来る社員を育てていきたいと思っております。この想いは採用活動で当社を志願する学生に対して問いかける大切なこととしても捉えております。

お客様のご満足を最優先に考え、お悩みを持つお客様の為に、すぐに社内の部署を越えた連携をとっていくことで、迅速に対処していく。ワンフロアのオフィスはその為に作り上げました。

これからも選ばれ続ける商品として

一痛散湯の販売を開始してから50年、そしてドモホルンリンクルにおいては37年を迎えます。ここまで続けてこられたのも、私たちを支えて頂いたお客様のおかげだと思っております。今の時代、品質においては化粧品に限らず、良いことが当然の時代、企業への信頼はもとより、更なるサービスの向上が求められると感じています。

そして、90年代以降、右肩成長を続けてきた化粧品業界もここ数年マイナス傾向、新規参入もあり生活者の選択の幅も増え、選ばれること、買いたいと思って頂けることが大切だと思っております。

消費行動においても、ネット、クチコミによる情報収集を行い、個のこだわりが重視される時代に変化してきています。

そんな世の中の生活環境の変化を受け止め、これからもお客様に永く愛される選ばれる商品、そして、会社として続けていく為に基礎化粧品『シワ、シミと言えば「ドモホルンリンクル」』であるというこだわりを強めていくこと、更なる品質の向上に努めていくと共に、時代に対応したお客様との新たな接点を増やし、会社としての質、人としての質の強化に取り組んでいきたいと考えています。

熊本ファミリー銀行
取締役頭取　**林　謙治**

看板商品の「ドモホルンリンクル」を中心として今や全国区となられた御社ですが、そこに至るまでにはテレマーケティング・システムの見直しや社員教育の徹底等、並々ならぬ辛労辛苦があられたものと推察致します。これからも「お客様満足こそが商いの本道」との考えのもと、「満足」から一歩進んだ「感動」をお客様にお届けされる企業として、益々成長されますことを祈念致します。

商品包装作業

社屋「つむぎ商館」内

製造ライン案内風景

フロア全景

基礎化粧品「ドモホルンリンクル」

左から西村本店営業部長、林頭取、
西川社長、株式会社キューネット西川社長（グループ企業）

TOPに聞く!

株式会社 鷹取製作所

代表取締役会長

藤山 昭一氏

■創　　業：1944年１月　　■設　　立：1951年12月
■所 在 地：福岡県うきは市　　■資 本 金：1,000万円
■従 業 員：55名
■事業内容：船用弁・こし器の製造、販売
■事業拠点：福岡県うきは市（本社、工場、グループ会社）、
東京都大田区（営業所）

地元での雇用維持を何より重視する、特殊船用機器のトップメーカー

ー当社は1944年（昭和19年）、鷹取山のふもとである現在の場所に、電動油圧舵取り装置の生産を担う三菱重工業株式会社長崎造船所の疎開工場として、各地に存在していた協力工場を集約する形で創業致しました。

創業者である私の父は、利益の追求よりも「地元での雇用の維持」を何より重視しておりました。元々父は工場等の経営を行う意向はなかったのですが、地元の人達が戦後の混乱の中でもすぐに働ける場所を確保したい、という思いから創業を決意したそうです。また、社名についても、鷹取山の山頂から見渡せる範囲に住んでいる人達で、規模を大きくしすぎることなく地道に頑張っていきたい、という思いを込めて「鷹取製作所」と名付けたと聞いております。そうした父の思いは着実に受け継がれており、今でも当社の社員のほとんどが鷹取山の山頂から見渡せる範囲の住人です。中には親子２代にわたって当社で働いている社員もいます。

電動油圧舵取り装置やその部品である弁・こし器等といった船用機器の専門メーカーとしての創業以来、当社は親和銀行にご支援頂きながら、特殊船用機器の分野で事業を育んで参りました。現在では弁や電動弁、こし器といった特殊船用機器における国内トップクラスの企業として、お客様から高い評価を頂いております。

「一業に徹す」

ー当社が最も重視している理念は、経営方針に掲げている「一業（いちぎょう）に徹す」です。私の手帳の最初にもこの理念が書かれています。

「一業に徹す」とは、何か一つの製品づくりに特化するということではなく、鋳造・加工・組立を基礎とした「真摯」で「誠実」なものづくりを実践することです。また、実直な地元出身の社員に一つのことに集中してもらうことで、より良い仕事をしてもらおう、という意味も込められています。

当社では長年にわたり「一業に徹す」という理念の下で特殊船用機器の製造に取り組んで参りました。その結果、ものづくりに関して、設計まで含めた幅広い領域での技術・ノウハウを蓄積することが出来、お客様との信頼関係構築にも繋がっています。

鋳造・加工・組立の一貫生産体制で「顧客満足度100%の製品供給」を目指す

ー当社の経営方針には「一業に徹す」とともに「顧客満足度100%の製品供給を目指す」ことも掲げており、創業以来この方針に沿って品質向上に取り組んで参りました。

当社の主力製品である弁やこし器といった特殊船用機器は長期にわたって使用されるものであり、より高い品質・信頼性が求められます。また、機器の素材には、粘り強さや海水への耐性に優れる青銅が使用されることが多いのですが、銅合金の鋳造には温度管理等において高い技術が必要です。

そうした製品の品質向上において重要だと考えているのが、鋳造・加工・組立・検査からなる鋳造製品の「一貫生産」です。当社と同様の事業を展開している企業の中には鋳造部分を海外の企業等に外注しているところも多いのですが、当社では一貫生産を行うことによって、はじめて細かな品質の管理を行うことが出来るようになると考え、グループ内での一貫生産体制を構築しています。

以上のように、当社では長年「一業に徹す」の理念に基づいたものづくりと、自社グループ内での一貫生産に取り組むことによって、高品質な製品の供給を実現し、他社との差別化を図っています。

継続的に顧客からの信頼・満足を得るための活動に注力

ー現在、当社では将来的にもお客様からの信頼を獲得し続ける企業となる為、社内外向けに様々な活動を実施しています。

具体的な取り組みの例としてまず挙げられるのは「ムダ取り改善」活動です。この活動では、外部のコンサルタントを交えて、当社の強みである品質の維持、向上に努めつつ、生産工程におけるムダを取り除き、生産の短納期化・低コスト化の実現に取り組んでいます。その他、製品開発力の向上や、顧客満足度の更なる向上を目指したお客様とのコミュニケーション強化等にも注力しています。

また社員に対しても、技術の伝承や資格取得の促進、そして社内でのコミュニケーション強化に取り組んでいます。元々当社で働くことに対する満足度については社員から高い評価を得ていますが、その評価を更に高め、当社が社員にとってより働き甲斐のある会社となることを目指しています。

永続企業を目指し、今後も一業に徹する

―現在、当社では新たな事業領域を開拓し、事業の柱を現在の特殊船用機器一本から二本、三本へと増やしていくことを目指した取り組みを進めています。また、当社の強みである品質についても、品質マネジメントに関する国際規格であるＩＳＯ9001の認証の取得や、お客様から求められる規格、基準等を織り込んで構築している自社独自の「品質マネージメントシステム」の強化等によって、その維持や更なる向上を図り、「鷹取製作所の製品ならば安心」というイメージを抱いて頂けるような「品質のブランド化」の実現を目指しております。

今後も、「一業に徹す」、つまり、現状の業界や製品にとどまることなく、新たな製品づくりにおいても、当社が有している強みをフルに活用して高い品質を維持し続けることで、お客様に永くご愛顧頂き、地元での雇用も維持し続けることの出来る「顧客満足度100%の永続企業」となる為の様々な課題に取り組んで参ります。

親和銀行
取締役頭取　鬼木 和夫

御社が製造される舶用機器は、その品質や技術力に対し、お客様から高い評価を得ておられます。これは、グループ内で一貫生産体制を構築され、そして長年にわたり“一業に徹す”真摯で誠実なものづくりを実践されてこられた賜物ではないかと思います。また、「地元での雇用維持を何より重視する」という考えを創業以来受け継がれておられることには深い感銘を受けました。

“一業に徹す”という理念の下、一層の品質向上等の新たな取り組みに注力しておられる御社が、今後も地元の雇用を支える存在として益々発展されることを祈念致します。

当社製品が使用されている「飛鳥Ⅱ」

鋳造用の砂型の説明

鋳造用の炉の前にて

当社製品の説明

当社製品の説明

左から藤山社長、藤山会長、鬼木頭取、是澤支店長